

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang tingkat pengetahuan ibu rumah tangga di Surabaya mengenai iklan televisi Lifebuoy *ActivSilver Formula* menunjukkan hasil yang tinggi. Untuk mengukur hasil yang tinggi ini diukur melalui indikator pengetahuan produk dan pengetahuan pemakaian yang ada pada kuesioner. Iklan tersebut disesuaikan pada kuesioner melalui pengetahuan produk mengenai merek, penyebutan nama, ciri produk, dan kepercayaan mengenai produk. Sedangkan untuk pengetahuan pemakaian diukur dengan melihat melalui bagaimana produk tersebut dapat digunakan dan apa yang diperlukan dalam penggunaannya melalui iklan.

Hasil tinggi pada penelitian ini disebabkan karena iklan Lifebuoy *ActivSilver Formula* di televisi bisa dipahami dengan baik oleh responden karena frekuensi melihat iklannya sangat sering yaitu >5 kali. Frekuensi menonton oleh responden pada penelitian ini ditentukan dengan waktu luang yang mereka miliki saat berada di rumah, salah satunya saat sedang bersantai setelah menyelesaikan semua pekerjaan rumahnya. Apalagi jika mereka memiliki perhatian hanya pada televisi untuk fokus melihat pesan iklan yang ditayangkan. Sebagian besar responden yang memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi merupakan ibu rumah tangga berusia 31-59 tahun dengan pendidikan terakhirnya tamatan SMA.

Pengetahuan mengenai iklan televisi Lifebuoy *ActivSilver Formula* menjadi penting pula bagi ibu rumah tangga, karena sebagai ibu rumah tangga dapat mengkomunikasikan kepada anggota keluarganya dengan

menanamkan pengetahuan atau pemahaman tentang hidup bersih dan sehat. Maka dari itu, peran ibu menjadi penting untuk mengajarkan hal positif tentang apa yang berguna untuk kebutuhan hidup di keluarga mereka.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian bahwa tingkat pengetahuan ibu rumah tangga di Surabaya mengenai pesan iklan televisi *Lifebuoy ActivSilver Formula* adalah tinggi, maka peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. Peneliti mengharapkan kepada PT Unilever Tbk untuk tetap memperluas penyebaran pesan hidup bersih dan sehat, tidak hanya melalui media televisi saja namun di beberapa media lainnya juga. Dengan tujuan agar para ibu rumah tangga bisa tetap mengingat bagaimana hidup bersih dan sehat dibutuhkan dalam keluarga untuk bisa meningkatkan kesejahteraan di lingkungannya.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian serupa lainnya, atau pun dapat disempurnakan secara lebih baik lagi dikemudian hari bagi yang ingin melakukan penelitian pada tingkat pengetahuan mengenai pesan iklan di televisi.

Daftar Pustaka

Buku

- Ardianto, Elvinaro., Komala, Lukiato., & Karlinah, Siti. (2015). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Danandjaja. (2012). *Metodologi Penelitian Sosial: Disertai Aplikasi SPSS For Windows*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Engel, James F., Blackwell, Roger. D., & Miniard, Paul W. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gunarsa, Singgih D., Gunarsah, Yulia Singgih. (2000). *Psikologi Praktis: Anak, Remaja Dan Keluarga*. Jakarta: Gunung Mulia.
- Hurlock, Elizabeth B. (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Edisi Kelima)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kartono, Kartini. (2007). *Psikologi Wanita: Mengenal Wanita Sebagai Ibu dan Nenek (Jilid 2)*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Dengan Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri Alo, (2011). *Komunikasi: Serba ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Lind, Douglas. A., Marchal, William. G & Wathen, Samuel. A. (2007). *Teknik-Teknik Statistika Dalam Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moerdijati, Sri. (2012). *Buku Ajar: Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media.
- Morissan, M.A. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu (Cetakan ke-4)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. (2010). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Noor, Juliansyah. (2015). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah (Cetakan ke-5)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2007). *Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta
- Rakhmat, Jalaluddin. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. (2008). *Metode Penelitian: Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.

Jurnal

- Arindita, Vera. (2013). Tingkat Pengetahuan Perempuan Surabaya Mengenai Iklan *Corporate Social Responsibility Revlon Kiss For Life* Melalui Media *Above Dan Below The Line*. *Student Journal Petra*, Vol 1, No 1.
- Putri, Puri Kusuma Dwi. (2012). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pengetahuan, Sikap dan Terpaan Iklan Layanan Masyarakat KB Versi Shireen Sungkar dan Teuku Wisnu di TV terhadap Perilaku KB pada Wanita atau Pria dalam Usia Subur. *Jurnal Ilmu Komunikasi Undip: Interaksi*, Vol 1, No 1.
- Zuhri, Saifuddin. (2010). Tingkat Pengetahuan Pemirsa Tentang Iklan Kesehatan “Cuci Tangan” Di Televisi (Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Pemirsa Tentang Iklan Kesehatan “Cuci Tangan” Di Televisi). *Jurnal Ilmu Komunikasi FISIP UPN*, Vol 2. No.1

Situs Online

- Kemkes RI (2017, 12 Mei). *Booklet “10 Perilaku Hidup Bersih dan Sehat di Rumah Tangga*. Promkes (*Online*). Diakses pada tanggal 1 Oktober 2017 dari <https://promkes.net/2017/05/12/booklet-10-perilaku-hidup-bersih-dan-sehat-di-rumah-tangga/>
- Cerita Kami – Awards. Lifebuoy (*Website*). Diakses pada tanggal 12 Maret 2017 dari <http://www.lifebuoy.co.id/article/detail/1128881/cerita-kami>
- GoFit (2017, 30 Maret). Lifebuoy *ActivSilver* lindungi keluarga dari kuman. *Go Fit (Website)*. Diakses pada tanggal 25 September 2017 dari <http://gofit.id/lifebuoy-activesilver-lindungi-keluarga-dari-kuman/>

- Indikator Kesejahteraan Sosial Provinsi Jawa Timur 2016 (2016, 19 Desember). Badan Pusat Statistik Jawa Timur (Artikel *Website*), vol. Diakses pada tanggal 16 September 2017 dari <https://jatim.bps.go.id/index.php/publikasi/index?Publikasi%5BtahunJudul%5D=2016&Publikasi%5BkataKunci%5D=kesejahteraan&yt0=Tampilkan>
- Jumlah Rumah Tangga Hasil Proyeksi 2011-2015 Menurut Kabupaten/Kota (2016, 16 Mei). Badan Pusat Statistik (*Website*). Diakses pada tanggal 8 Maret 2017 dari <http://jatim.bps.go.id/LinkTabelStatis/view/id/324>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). KBBI versi *online* (*Website*). Diakses pada tanggal 15 Oktober 2017 dari <https://kbbi.web.id/ibu>
- Komitmen yang terus-menerus. Unilever (*Website*). Diakses pada tanggal 19 Desember 2017 dari <https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/purpose-and-principles/>
- Laporan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Di Jawa Timur (2017, 3 Agustus). Badan Pusat Statistik Jawa Timur (Artikel *Website*). Diakses pada tanggal 16 September 2017 dari <https://jatim.bps.go.id/index.php/publikasi/index?Publikasi%5BtahunJudul%5D=2016&Publikasi%5BkataKunci%5D=kesejahteraan&yt0=Tampilkan>
- Lifebuoy *ActivSilver Formula*. *Youtube*. Diakses pada tanggal 6 Desember 2017 dari <https://www.youtube.com/watch?v=oIk930s8XI0>
- Lifebuoy berbagi sehat. Unilever (*Website*). Diakses pada tanggal 8 Maret 2017 dari <https://www.unilever.co.id/brands/our-brands/lifebuoy.html>

Lifebuoy Rayakan Hari Cuci Tangan Sedunia Bersama 10.000 Siswa dan 1.200 Tenaga Kesehatan di 12 Kota (2016, 15 Oktober). Unilever (*Website*). Diakses pada tanggal 12 November 2017 dari

<http://www.unilever.co.id/news/press-releases/2016/Lifebuoy-Rayakan-Hari-Cuci-Tangan-Sedunia.html>

Lifebuoy Total 10 Sabun Batang. Unilever (*Website*). Diakses pada tanggal 19 Desember 2017 dari

<http://www.lifebuoy.co.id/article/category/1128295/perayaan-untuk-kesehatan-yang-baik2000-sekarang>

Lihat brand-brand kami. Unilever (*Website*). Diakses pada tanggal 7 Oktober 2017 dari <https://www.unilever.co.id/brands/>

Logo. Unilever (*Website*). Diakses pada tanggal 6 Desember 2017) dari <https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/our-logo/>

Pilihan strategis jangka panjang kami : Merek dan inovasi, Pengembangan pasar. Unilever (*Website*). Diakses pada tanggal 07 Desember 2017 dari <https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/our-strategy>

Penduduk 10 Tahun Ke Atas Menurut Kabupaten Kota Dan Tingkat Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan Di Jawa Timur 2012 Persen (2015, 13 Februari). Badan Pusat Statistik kota Surabaya (*Website*). Diakses pada tanggal 20 Desember 2017 dari <https://surabayakota.bps.go.id/statictable/2015/02/13/492/penduduk-10-tahun-ke-atas-menurut-kabupaten-kota-dan-tingkat-pendidikan-tertinggi-yang-ditamatkan-di-jawa-timur-2012-persen-.html>

PT Unilever Indonesia Tbk. Raih Beragam Penghargaan Melalui Program Berkelanjutan dan Inovasinya (2016, 30 Agustus). Unilever (*Website*). Diakses pada tanggal 9 Maret 2017 dari

<https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2016/Unilever-Indonesia-Raih-Beragam-Penghargaan-2016.html?criteria=monthFrom%3d1%26yearFrom%3d2011%26monthTo%3d12%26yearTo%3d2017%26page%3d7>

Sabun Cair Total 10 Kuman Melindungi. Unilever (*Website*). Diakses pada tanggal 07 Desember 2017 dari

<http://www.lifebuoy.co.id/product/detail/1128670/sabun-cair-total-10-kuman-melindungi>

Sabun Gel Konsentrat Pertama Dari Lifebuoy Lindungi Seluruh Tubuh Hanya Dengan Satu Tetes (2016, 8 Maret). Unilever (*Website*). Diakses pada tanggal 12 Maret 2017 dari

<https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2016/Sabun-Gel-Konsentrat-Lifebuoy-Satu-Tetes.html?criteria=monthFrom%3d1%26yearFrom%3d2011%26monthTo%3d12%26yearTo%3d2017%26page%3d9>

Sejarah kami. Unilever (*Website*). Diakses pada tanggal 7 Oktober 2017 dari

<https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/our-history/>

Sri Niken Handayani (2016, 8 Maret). Strategi Lifebuoy Memimpin Pasar Sabun Mandi. SWA (*Website*). Diakses pada tanggal 19 April

2017 dari <http://swa.co.id/swa/trends/marketing/strategi-lifebuoy-memimpin-pasar-sabun-mandi>

Tabel R Statistika dan Cara Membacanya. Rumus Hitung (*Website*).

Diakses pada tanggal 3 Januari 2018 dari

<https://rumushitung.com/2013/06/08/tabel-r-statistika-dan-cara-membacanya/>

Top Brand Fase 1 2017 (2017, 13 Februari). *Top-Brand (Website)*. Diakses pada tanggal 13 Februari 2017 dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1

Tujuan, nilai, & prinsip. Unilever (*Website*). Diakses pada tanggal 6 Desember 2017 dari <https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/purpose-and-principles/>

Wawancara

Rafika (Ibu Rumah Tangga, 22 November 2017)
 Sundani, Dewi (Ibu Rumah Tangga, 22 November 2017)
 Indriani, Agustina (Ibu Rumah Tangga, 22 November 2017)
 Putri, Dwi (Ibu Rumah Tangga, 27 November 2017)
 Nuning (Ibu Rumah Tangga, 30 November 2017)
 Anisiyah (Ibu Rumah Tangga, 4 Desember 2017)
 Afifah, Nur (Ibu Rumah Tangga, 5 Desember 2017)
 Sunari (Ibu Ruma Tangga, 7 Desember 2017)
 Sulyana (Ibu Rumah Tangga, 11 Desember 2017)
 Aisyah, Siti (Ibu Rumah Tangga, 11 Desember 2017)
 Murawaroh, Siti (Ibu Rumah Tangga, 12 Desember 2017)